



## Sobre a Invisibilidade da Geografia na Comunicação<sup>1</sup>

Sonia Virgínia Moreira<sup>2</sup>  
Universidade do Estado do Rio de Janeiro

### RESUMO

Os estudos originados da área de geografias da comunicação partem de duas referências principais: o da própria geografia (em especial a humana e a social) e o das ciências sociais (ênfase nos estudos de mídia). No campo particular da comunicação, elementos da geografia ainda são escassos em pesquisas e estudos. Isto colabora para uma espécie de ‘invisibilidade’ da geografia junto aos investigadores da comunicação: está presente, mas ao mesmo tempo ausente, não declarada. Esta apresentação tem por objetivo mostrar caminhos possíveis dos estudos da geografia para o desenvolvimento da pesquisa em comunicação em um contexto que se apresenta como interdisciplinar por excelência.

**PALAVRAS-CHAVE:** comunicação, geografia, interdisciplinaridade

*O mundo é um só. Ele é visto através de um dado prisma, por uma dada disciplina, mas, para o conjunto de disciplinas, os materiais constitutivos são os mesmos.*

Milton Santos. *A natureza do espaço*, 1997.

*A apropriação de modelos e teorias, venham de onde venham, geográfica e ideologicamente (...) implica não só a tarefa de ligar, mas também a mais arriscada e fecunda – de redesenhar os modelos para que caibam nossas diferentes realidades.*

Jesús Martín-Barbero. *Ofício de cartógrafo*, 2004.

Vivemos uma era de lugares múltiplos. A internet revigorou o interesse das pessoas pelos lugares: de quem fala, de quem recebe, dos meios e das mensagens. Ao mesmo tempo se organizam outras instâncias de influência mútua entre culturas e identidades, traduzidas em diversas linguagens, a tal ponto que é possível afirmar que

Chegamos a um momento da história em que constatamos que o imaginário do homem necessita de todas as línguas do mundo. (...) O multilinguismo não supõe a coexistência das línguas nem o conhecimento de várias línguas, mas a

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no GP Geografias da Comunicação, IX Encontro dos Grupos/Núcleos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do XXXII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

<sup>2</sup> Jornalista, professora adjunta da Faculdade de Comunicação Social da Universidade do Estado do Rio de Janeiro. Coordenadora do Grupo de Pesquisa Geografias da Comunicação na Intercom e líder de grupo com o mesmo nome no CNPq. Email: [soniavm@terra.com.br](mailto:soniavm@terra.com.br)



presença das línguas do mundo na prática de sua própria língua (GLISSANT, 2005, p. 50-51).

O *lugar* da comunicação passou a fazer diferença ao a) mostrar as formas como as pessoas acessam e usam os sistemas comunicacionais; b) identificar as direções dos *fluxos* da informação; c) dar a conhecer eventos que ocorrem em determinados *espaços* da comunicação. O reconhecimento dos diversos lugares da comunicação expressa maneiras de perceber o próprio campo e o mundo.

É este o contexto em que se baseia esta apresentação. Considera a coexistência possível entre dois campos de saberes, a comunicação e a geografia, que compreendem também duas linguagens, convergentes em vários aspectos e que, por possuírem particularidades conexas, permitem a abordagem interdisciplinar. Estudos que se desenvolvem a partir de elementos geográficos são mais frequentes hoje na produção científica do campo da comunicação. Muitas vezes, porém, questões que remetem ao campo da geografia estão ausentes das referências teóricas, o que contribui para o que pode ser designado como ‘invisibilidade’ da área nos trabalhos desenvolvidos na perspectiva comunicacional. Mais recentemente, autores brasileiros e estrangeiros começam a abrir espaços para a geografia nos estudos de comunicação, em especial nas observações referentes a regiões de fronteiras, questões culturais e urbanas, ao território midiático e ao ciberespaço.

O exame da produção sobre a temática nas últimas três décadas indica um interesse mais frequente dos geógrafos pela comunicação do que dos pesquisadores da comunicação pela geografia. As tecnologias de mídia e a consequente ubiquidade virtual contribuíram, junto com os estudos sobre cultura urbana e os estudos regionais de mídia, para que a geografia avançasse como área de interesse para a pesquisa em comunicação. O refinamento da literatura sobre geografia e comunicação tem se dado de maneira lenta mas constante, nem sempre correspondendo às expectativas de pesquisadores do próprio campo. Hillis (1998) foi dos primeiros a verificar que, entre os geógrafos anglo-saxões, por exemplo, o assunto comunicações foi “sub-considerado, sub-examinado, sub-teorizado”<sup>3</sup> pelo menos até a década de 80.

Na sua crítica a uma geração de pesquisadores, Hillis argumenta que a maior dificuldade para os geógrafos nos anos 60 e 70 era examinar “um fenômeno atrelado a mudanças rápidas, como o são as inovações tecnológicas das comunicações”<sup>4</sup>. Além

---

<sup>3</sup> HILLIS, 1998, p. 543.

<sup>4</sup> Citado, p. 545.



disso, sustenta, os estudos da geografia lidavam apenas com objetos tangíveis e os fluxos da informação não eram visíveis, palpáveis. Tal direcionamento só seria alterado com o desenvolvimento da fibra ótica, que reconfigurou a relação entre tempo e espaço ao estabelecer redes de telecomunicações digitais. Essa foi a conexão mais forte que se abriu para o diálogo entre os dois campos (geografia e comunicação), mais tarde enfatizada pelo interesse dos geógrafos na capacidade do rádio e da televisão de abrir “um espaço possível” para ampliar a comunicação e contribuir no processo de tomada de decisão. A partir desse ponto, os estudos da geografia aproximam instâncias de comunicação e lugares referenciados pela teoria social.

Pode ser então admissível dizer que a geografia, na comunicação, é plural: são geografias. Abrangem lugares, territórios e espaços da comunicação e geram uma ‘cartografia’ das teorias, com objetos e metodologias pertinentes aos dois campos, que assim se constituem em um terceiro. Interessante observar que a evolução da cartografia mostra como,

Na história das representações espaciais, os mapas começaram, não por acaso, como ficção, um meio de se pensar o mundo a partir da crença e dos mitos, e não da geografia. Foi através de um longo processo de observação do mundo, de elaboração de instrumentos e experiências, com o conseqüente crescimento da capacidade de medir altitudes e coordenadas, que os mapas foram se tornando mais objetivos (ACSELRAD & COLI, 2008, p. 13 in VIANNA JR. 2009, p. 36).

Guardadas as respectivas dimensões, o processo de observação do mundo e de elaboração dos instrumentos investigativos é semelhante em campos emergentes de pesquisa como é o caso das geografias da comunicação. Há argumentos segundo os quais o enfoque geográfico das comunicações “confirma a tradição da geografia de favorecer padrões em detrimento de pessoas. Cidades e lugares representam um conjunto de instrumentos a serem observados e raramente considerados como exercícios de intervenção e força”. Já a comunicação eletrônica “possui a habilidade de afetar as relações entre pessoas e ambientes, bem como a sua auto-referência – desestabilizações que afetam o estar no mundo” (HILLIS, 1998, p. 555). As relações entre as tecnologias da informação e da comunicação (TICs) deram origem aos estudos sobre ciberespaço, com análises que se baseiam em metáforas espaciais e territoriais que ancoram o debate que envolve a sociedade e as tecnologias de informação. Nesse sentido é possível identificar três perspectivas dominantes nessa área:

(...) a perspectiva de ‘substituição e transcendência’ (dominada pelos utópicos tecnológicos); a perspectiva de ‘co-evolução’ (representada pelos estudos

culturais e de economia política); e a perspectiva de ‘recombinação’ (derivada dos trabalhos mais recentes baseados na teoria sobre atores e redes) (GRAHAM, 2006, p. 261).

Também por isso, pesquisadores contemporâneos defendem que, no futuro, as geografias da comunicação poderão constituir um campo semi-autônomo dentro do terreno mais amplo dos estudos culturais, traduzido pelas contribuições de geógrafos e teóricos da mídia. Essa condição decorreria, em especial, do seguinte:

“(…) o elo entre a geografia e a comunicação reside no fato de que todas as formas de comunicação se dão no *espaço*, e esses espaços são produzidos através de *representações*, que ocorrem *via comunicação* (...). Tais demarcações, porém, podem ser contestadas pela própria natureza da comunicação moderna. A implementação e a apropriação das redes digitais de TIC [Tecnologia da Informação e da Comunicação] desfazem as fronteiras tanto entre regiões geográficas (domicílios, cidades, etc.) quanto entre tipos de regiões (local-global; público-privado, etc.) e entre as dimensões que constituem as próprias regiões – como os espaços material, simbólico e imaginário” (FALKHEIMER e JANSSON, 2006, p. 9).

Soma-se aqui ao processo de formação de uma ‘cultura do tempo e do espaço’ a sincronia de uma ‘cultura do presente’, como distingue Franciscato (2004) ao recorrer a Kern (1983) para explicar o que significou “experimentar muitos eventos distantes ao mesmo tempo graças ao desenvolvimento de tecnologias de transmissão”.<sup>5</sup> A partir do advento tecnológico que permitiu a transmissão simultânea, os meios de comunicação se difundiram como pontos de interesse convergentes para geógrafos e pesquisadores da comunicação por apresentarem espaço e suporte para o entendimento do lugar do homem no mundo. Sob esse aspecto, o uso dos meios de comunicação e das tecnologias da informação contribuiu para a organização espacial a partir das organizações urbana e do trabalho, que resultariam, por sua vez, no desenvolvimento de padrões regionais de organização social e econômica.

Para além das tecnologias pode-se particularizar outros sentidos que se apresentam para o campo das geografias da comunicação. As geografias do jornalismo são um exemplo, se considerarmos que os meios de comunicação posicionam a audiência nos lugares que constituem suas comunidades, uma vez que

ao reunir o seu pacote de conteúdo, o jornalismo ocupa, define e até mesmo *coloniza* uma área de cobertura, ao localizar o espaço – física, social, cultural, política, militar e economicamente – e situar a sua audiência dentro do mundo mais vasto (GASHER, 2009, p. i).

---

<sup>5</sup> FRANCISCATO, 2004.

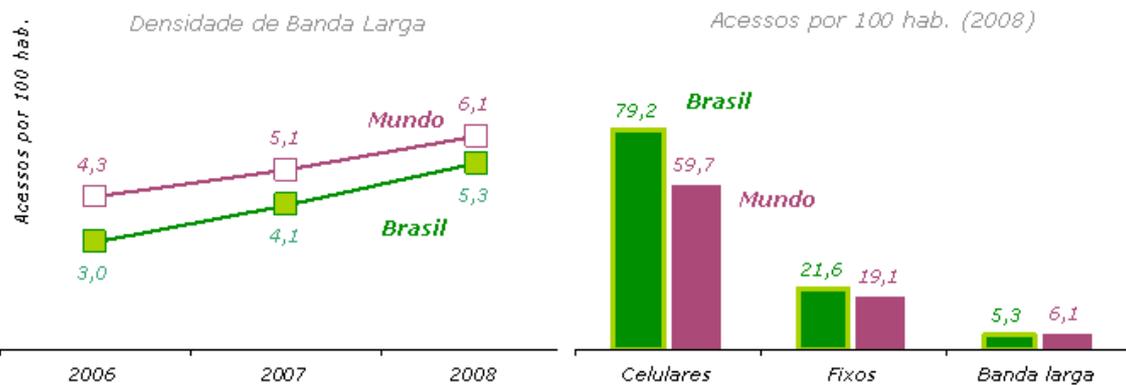


Podemos, da mesma forma, atentar para as geografias do cinema, que seriam resultantes do encontro entre os universos culturais dos indivíduos e a imagem e o som dos filmes:

A ideia das geografias de cinema é de que somos nós que “colocamos” nas imagens os sons e os sentidos que terão nessa interpretação espacializada das obras cinematográficas. (...) O cinema recoloca as pessoas nos lugares e espaços. Os territórios cinematográficos são, via de regra, constituídos pelos passos e olhares dos personagens. São eles que dão existência – em materialidades e sentidos – aos locais narrativos” (OLIVEIRA JR., 2009).

É importante acrescentar ainda os movimentos entre espaços: os fluxos migratórios e a comunicação. A diáspora, ao envolver pelo menos dois países – o de origem e o de destino, é o desafio mais visível a ideologias, constituindo-se de territórios de pessoas, culturas, identidades e meios de comunicação em movimento. Nesse ambiente, o fluxo da comunicação tem a mesma característica da diáspora – espaço transnacional em todas as direções, que interfere nas formas primárias de comunicação (telefone, viagem, rádio, TV, internet). À mídia de diáspora interessa desenvolver contrafluxos e para tanto o pluralismo é a questão central. Isto incentiva a comunicação coletiva em redes, com o território midiático operando os limites da identidade e da comunidade (GEORGIU e SILVERSTONE, 2007).

Em meio a essas particularidades, a expansão dos meios e dos sistemas de comunicação em nível global agrega outros conceitos e, principalmente, usos depois do surgimento da internet, que redimensiona a noção espacial com o ciberespaço, cujos estereótipos pregavam “o fim da geografia” ao prometer “acesso democrático e universal às vias expressas da economia mundial” (WARF, 2001, p. 3). A análise do ciberespaço como território de discursos concorrentes conduz à geopolítica. Mesmo que a globalização tenha estabelecido uma rede de interdependências entre países e regiões, auxiliada pelas telecomunicações e pelas tecnologias da informação, a acessibilidade ainda é um problema global devido principalmente ao seu custo. O fosso econômico, agora também digital, continua a separar países e pessoas. O quadro a seguir coteja dados destacando o índice de acessos por banda larga no Brasil em relação ao quadro mundial (TELECO, 2009).



Fonte: TELECO, 2009.

A pesquisa bibliográfica estendida, da qual alguns títulos fazem parte da identificação do problema nas páginas anteriores, indica o campo existente para o estudo das geografias da comunicação. Trabalho recente de sistematização do tema, desenvolvido no primeiro semestre de 2009 para uma das seções da Enciclopédia Intercom de Comunicação (primeiro volume previsto para circular em 2010), apontou alguns dos sub-campos hoje em exploração por investigadores da comunicação e da geografia em universidades brasileiras por meio da elaboração de 60 verbetes distribuídos em números iguais entre os recortes “conhecimento” e “pensamento”.

O volume dedicado ao conhecimento do campo inclui desde aldeia global, cibergeografias e cidades midiáticas globais até conceitos de efemeridade midiática, espacialidades da comunicação, imprensa de colônias, mídia locativa e territórios da publicidade. O campo do pensamento estrutura-se de acordo com linhas de investigação e autores. Entre as primeiras encontram-se grupos temáticos como colonialismo midiático, territorialização e desterritorialização e exportação de produção midiática e, entre os autores, destacam-se nomes como Benedict Anderson, Daya Kishan Thussu, Harold Innis e Octavio Ianni. Participaram da redação dos verbetes pesquisadores de 14 estados, em todas as regiões do Brasil, na tentativa de conseguir uma distribuição geográfica equilibrada dos investigadores e das pesquisas desenvolvidas nas instituições de origem.

O significado dessa geografia de autores nacionais de verbetes sugere que os estudos relativos às geografias da comunicação podem ser considerados, mais uma vez, na perspectiva de Glissant (2005), que afirma:

Não emitimos palavras ao vento, soltas no ar. O lugar de onde emitimos a fala, de onde emitimos lugar, de onde emitimos o texto e de onde emitimos a voz, de



onde emitimos o grito, esse lugar é imenso. Mas podemos fechar esse lugar e nos enclausurarmos dentro dele. Podemos constituir a *área* de onde emitimos o grito em território, isto é, fechá-la com muros, muralhas espirituais, ideológicas, etc. E então ela cessa de ser “*área*”. Hoje, o importante é, precisamente, sabermos discutir uma poética da Relação que nos possibilite abrir o lugar, sem desfazê-lo, sem diluí-lo.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

FALKHEIMER, Jesper & JANSSON, André. **Geographies of Communication – The Spatial Turn in Media Studies**. Göteborg: Nordicom, 2006.

FRANCISCATO, Carlos E. As novas configurações do jornalismo no suporte on-line. **Eptic – Revista de Economia Política das Tecnologias da Informação e da Comunicação**, vol. VI, n. 3, set-dez 2004, p. 22. Em: [www2.eptic.com.br/arquivos/Revistas/Vol.VI,n.../Franciscato.pdf](http://www2.eptic.com.br/arquivos/Revistas/Vol.VI,n.../Franciscato.pdf) Acesso em 20/abr/2009.

GASHER, Mike. Guest Editor’s Introduction. **Aether: the Journal of Media Geography**, Vol. IV, March 2009, p. i.

GEORGIU, M. and SILVERSTONE, R. Diasporas and contra-flows beyond nation-centrism. In: THUSSU, D. K. **Media on the Move – Global flow and contra-flow**. London: Routledge, 2007, p. 33-48.

GRAHAM, Stephen. The end of Geography or the Explosion of Place? Conceptualizing space, place, and information technology. **Mobilities**, vol. 1, Issue 2, June 2006, p. 261-283.

GLISSANT, Édouard. **Introdução a uma poética da diversidade**. Juiz de Fora: Editora UFJF, 2005.

HILLIS, Ken. On the Margins: the Invisibility of Communications in Geography. **Progress in Human Geography**, 22, 4, 1998, p. 543-566.

NORDESTRENG, Kaarle. Ferment in the Field: Notes on the Evolution of Communication Studies and its Disciplinary Nature. **New Perspectives on Critical Communication Studies**, Vol. 11, No. 3, 2004.

OLIVEIRA JR. Wenceslao Machado. O que seriam as geografias de cinema? **TXT – Leituras Transdisciplinares de Telas e Textos**, dez. 2005.  
Em: <http://www.lettras.ufmg.br/atelaetexto/revistatxt2/wenceslao.htm>. Acesso em 25/jan/2009

TELECO – Inteligência em Comunicações. Densidade de banda larga no Brasil está abaixo da média mundial. Em: <http://www.teleco.com.br/comentario/com320.asp>. Acesso em 22/jun/2009

VIANNA JR., Aurélio. O reencantamento da cartografia. **Le Monde Diplomatique Brasil**, junho 2009, p. 36-37.

WARF, Barney. Segueways into cyberspace: multiple geographies of the digital divide. **Environment and Planning B: Planning and Design**, Vol. 28, p. 3-19.